

Prezados Leitores,

É com grande satisfação que apresentamos o lançamento de mais um fascículo da *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação (RDBCI)*.

Neste número destacaremos quatro (04) *Artigos*, uma (01) *Pesquisa em Andamento* e dois (02) *Relatos de Experiência* que foram avaliados pelo Conselho Editorial, editores e parceristas.

Iniciamos com a Seção **ARTIGOS**, sendo o primeiro artigo intitulado “*Sistemas de indicadores: uma introdução*”, com autoria de Rita de Cássia do Vale Caribe (Universidade de Brasília – UNB). O artigo consiste numa revisão de literatura, traz uma introdução abordando os indicadores no contexto da gestão da qualidade e da gestão por processos, apresenta conceitos referentes aos indicadores, sua tipologia, critérios para a sua elaboração e indicativos de sua utilização como instrumento gerencial.

O segundo artigo “*Metodologia para planejamento estratégico e gestão de serviços em unidades de informação*” das autoras Luciane Paula Vital (Universidade Estadual de Santa Catarina) e Vivian Mengarda Floriani (Universidade Estadual de Santa Catarina) tem como objetivo construir uma metodologia para o gerenciamento dos processos de serviço nesses ambientes. A Metodologia para Planejamento Estratégico e Gestão em Unidades de Informação (METUNI) é composta por quatro etapas: diretrizes operacionais, diagnóstico, definição de estratégias e controle e avaliação. As etapas da METUNI são apresentadas, discutidas e, posteriormente passíveis de verificação junto a uma biblioteca universitária localizada na região do Vale do Itajaí no Estado de Santa Catarina. Conclui-se que a METUNI permite o planejamento e a gestão de uma unidade de informação de forma a responder as exigências do ambiente no qual estão inseridas. Recomenda-se que ela seja adaptada a diferentes realidades e necessidades.

O terceiro artigo, “*O engenho motor da informatização*”, dos autores Murilo Cardoso de Castro (Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ) e Raquel Cardoso de Castro (Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ) se fundamentou integralmente nas idéias de Pierre Lévy. Começam por uma reflexão sobre a “máquina universal”, fundamento da informática e da informatização, onde se passará em revista sua instituição, buscando em Ludwig Wittgenstein suas raízes filosóficas, até mesmo metafísicas. E por último, uma breve análise do paradigma da informática deve formalizar as principais conclusões desta exposição.

O último artigo desta seção é intitulado “*A construção da ciência da informação na pós-modernidade: dialética histórica*” do autor Alexander William Azevedo (PUC – Campinas) procurou

verificar os eventos ocorridos com a informação e a sociedade no final do século XIX e no decorrer do século XX, destacando o retrospecto histórico da constituição da Ciência da Informação, abordando a sua importância no contexto da sociedade pós-indústria. Analisam-se os valores agregados à informação, enfatizando-se a relevância dos trabalhos realizados por Paul Otlet e Vannevar Bush. A seguir, procede-se uma pesquisa sobre o desenvolvimento histórico da Ciência da Informação, orientado por uma linha cronológica dos eventos ocorridos na sociedade e na informação, que proporcionaram a construção da Ciência da Informação.

Já na Seção **PESQUISA EM ANDAMENTO**, dos autores Isa Maria Freire (IBICT - UFF), Carmelita do Espírito Santo (CNPq/IBICT - UFRJ/ECO) e Bruno Macedo Nathansohn (CNPq/IBICT - UFRJ/ECO) intitulado “*Janelas da cultura local: abrindo oportunidades para inclusão digital*”). Apresenta o quadro teórico e metodológico da pesquisa *Janelas da Cultura Local*, em desenvolvimento pelo Grupo de Pesquisa Informação e inclusão social, certificado pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico e em parceria com a Secretaria Municipal de Educação de Quissamã, RJ. O objetivo é promover, de forma participativa, ações de informação no sentido da inclusão digital. As premissas do projeto — *a informação como força de transformação, a responsabilidade social da Ciência da Informação e a sua relação intrínseca com a tecnologia da informação* — se manifestam na proposta de desenvolvimento de competências para produção e comunicação digital da informação, contribuindo para dotar os participantes de elementos de mediação entre a cultura local e a cultura global. O campo empírico é a Escola Maria Ilka, no bairro de Santa Catarina, onde os professores estão produzindo do sítio virtual da cultura local, em consonância com o projeto político-pedagógico e a programação da Escola.

Por fim, na Seção **RELATO DE EXPERIÊNCIA**, temos um trabalho de Claudio Henrique Schons (Universidade Federal de Santa Catarina) e Gregório Varvakis Rados (Universidade Federal de Santa Catarina) intitulado “*A importância da gestão de filas na prestação de serviços: um estudo na BU/UFSC*”. Apresenta a importância da gestão eficiente de filas por parte dos gestores de serviços pelo fato desta influenciar na percepção do cliente sobre a qualidade de serviço. Para tal, analisa o processo de formação de filas, bem como descreve alguns procedimentos para os gestores reduzirem a sensação de tempo de espera pelo cliente na fila, prevenindo e minimizando seus impactos negativos. O artigo demonstra que através da modelagem de sistemas, os gestores podem identificar os fatores responsáveis pela formação de filas e buscar soluções visando à otimização dos processos. Através do software de simulação Arena, são apresentados cenários referentes à formação de filas utilizando-se dados coletados na Biblioteca Universitária da UFSC.

Já o último trabalho desta seção é intitulado “*Marketing para promoção de produtos e serviços de informação: estudo de caso da Biblioteca da Presidência da República*”, apresentado pelas autoras Sofia Galvão Baptista (Universidade de Brasília – UNB), Máira Murrieta Costa (Universidade de Brasília – UNB) e Maria Altair Vilanova Viana Neta (Universidade de Brasília – UNB). Onde a aplicação da teoria de marketing como recurso gerencial para bibliotecas e serviços de informação é demonstrada por meio do caso da Biblioteca da Presidência da República, com o intuito de confirmar a validade da aplicação dos conceitos de marketing para a área social. Os serviços prestados pela biblioteca foram avaliados para observar o uso das atividades de promoção, relações públicas, merchandising, propaganda, incentivos, atmosfera e outras técnicas de marketing. Foi verificado que a biblioteca planejou e utilizou várias técnicas de promoção: atmosfera, divulgação dos serviços, relações públicas com projetos destinados a um determinado público, para promover seu relacionamento com o usuário da biblioteca.

Desejamos a todos uma ótima leitura e esperamos sempre contar com a divulgação de novos trabalhos.

Danielle Thiago Ferreira

Gildenir Carolino Santos

Editores da RDBCI

Março/2009